

構想策定に向けた検討資料

前回会議の纏め

前回の会議の振り返りと検討整理（どんな旗を立てるか）

主なキーワード

旨みの文化圏（昔からの食文化×新しい要素）

地域の食文化と漁業文化を活かして「旨みを探求するまち」へ

職人・研究者が集う"旨みの文化圏"を目指す

発酵・熟成・保存などの技術、食材が旨みに変わるまでの“プロセス”に焦点を当てた「共創型体験」（ポストエクスペリエンシャル）

マジックアワーとアート（夕日の発展×新しい要素）

夕景と夜の滞在価値を高める「マジックアワー」とライトアップ施策

雑賀崎のまちなみ・奥和歌大橋など5カ所を象徴的にライトアップ

アートをコンテンツ化してまち歩きを促進

キーパーソンを呼び込む（新しい要素をもたらす人）

この場所で何かしたいと考えるキーパーソンの発掘や出会い、参入しやすい環境から考え

強いリーダーシップを持つキーパーソンの取り組みが積み上がり、進化や多様性をつくる

独自の魅力の磨き上げ、認知をつくるのが、キーパーソンを呼びきっかけになる

地域の魅力の磨き上げ・発展をもたらす要素

地域に新たな視点をもたらす要素

初年度から地域の変化を実感できるアクションを進め、認知の向上を図りつつ、キーパーソンを呼び込める地域をつくる

最初のアクションと認知が進むことで、新たな関わりたい人（チャレンジャー/キーパーソン）が現れる
→ 地域を継続的に発展させていくために、目指すべき指針・共感を生むコンセプトを地域の旗として立てたい

前回会議の振り返りと検討整理（どんなことをやっていくか）

- ・ 既存のコンテンツは、スケーリングと非スケーリングで分ける方がよい。
- ・ 食材や料理になるプロセスを見せられるのでは。
- ・ 地域の人への誇りになる場所、若者が集まれる場所が必要。
- ・ 人を集めるにはカンファレンスなどの仕掛けをつくっていく。特にアートはやりやすい。キュレーターを早めに見つける。アクションをおこせば、キーマンは集まる。
- ・ 「ライフスタイル」ではなく「ライフスタンス」。行く、買うなどの動機となる思想。これからは、思想が人の行動の動機になる。
- ・ まずは認知を拡大させる。

キーパーソンがどんどん増えていき、さらに人を呼び込んでいく環境をつくる
アクションの進行やキーパーソンとの出会いに応じてフェーズごとに目標が進化

上位概念として全体を包含するコンセプトを設定（別紙により検討）

第1フェーズ

光とアート・食を起点に、ハブ施設・道・漁港を段階的に整備し「**光に沿って歩き、漁師町で腹いっぱい食べて、泊まる(案)**」を軸にアクションを設定

第2フェーズ

アクションや認知が進むことで、新たなキーパーソンとの共創等、実行するテーマやアクションを第1フェーズからステップアップ

第3フェーズ

さらに洗練された体験や多様なコンテンツが集積された観光まちづくりによる地域再生が達成される



視察時の委員の感想

- ・「**雑賀崎漁港の船上販売は他にない圧倒的なコンテンツ且つ伸びるコンテンツ**」
- ・「**ペスカツーリズムもいいし、船上販売もすでにコンテンツとして完成**している」
- ・「**買った魚を持ち帰るより、港のあの場所で目の前で捌いて焼いてもらい、その場で食べたい。そういう場所があった方がいいのではないか**」
- ・「**最初に取り組むならば、やはり船上販売を活かした投資**になるのではないか。」
- ・**事業イメージとして、業態の異なる3種類の店舗を立地させるということが考えられる。**具体的には、スペインかイタリアのバルのような店舗、アジフライが食べられるような店舗と和食。
- ・**地元の人に認められてからでないといけないと思うが、中心にある大きい漁具倉庫が使えればいい。**そのために、まずは**周辺で小さい店舗からでも始めていくのもよいと思う。**

参考：

・雑賀崎の船上販売では足赤エビから小エビまでたくさん売っているが、**地元では素麺のツユはエビの出汁で食べるのが一般的で、麺つゆやみりんなどを子どもの頃から口にすることがない**→ 岡委員のうまみや調味の提案につながる。

・江戸時代は船上販売は禁じられており、法を破るものは罪人となった。徴税ができなくなるため、**紀州藩**といえど、船上販売は許可されず、必ず仲買人や卸を通すことが義務付けられていた。

雑賀崎の船上販売の起源は新しく、平成に入ってからと言われている。魚価の決定権をもつことで漁師の生活を維持しようという原始的にみえて**実は新しいビジネスモデル**である。

雑賀崎・田野地区 コンセプト（案）

コンセプト作成のキーワード

地域の文化、生活を大切に、次の5つの目標を達成したい

- ・地域独自の文化を未来へ継承する(地域の独自性、アイデンティティ)
- ・地域の持続性と発展性をつくる(地域が生きていく力)
- ・住民がこれまで以上に誇れる地域になる(シビックプライドの醸成)
- ・和歌山市への来訪の目的地化(地域による域外への効果)
- ・熱いキーパーソン、民間事業者に選ばれる地域になる

コンセプトワードに求める要素

- ・共感を生むメッセージ性
- ・進む先、目指すもののわかりやすさ
- ・認知や愛着を生むキャッチーなコピー

上位概念として全体を包含するコンセプトを設定 (次頁以降)

第1フェーズ

光とアート・食を起点に、ハブ施設・道・漁港を段階的に整備し「**光に沿って歩き、漁師町で腹いっぱい食べて、泊まる(案)**」を軸にアクションを設定

第2フェーズ

アクションや認知が進むことで、新たなキーパーソンとの共創等、**実行するテーマやアクションを第1フェーズからステップアップ**

第3フェーズ

さらに洗練された体験や多様なコンテンツが集積された**観光まちづくりによる地域再生が達成**される

コンセプト案

「海のまち駅」

▼概要

線路が交差する駅のように、歴史と未来が交差し、そこでは食材の文化と遠路足を運ぶ客人たちの交差点でもあり、新たに文化の「接続」を目指して交差していく。
既存の地域資源と交じりながら、新しい交流と共創が生まれる拠点を目指すものです。
文化の交差点であり、少し変わった「港町の海の駅」。
単なる販売・観光の場ではなく、
漁師の生業や地域の味、歴史を未来へつなぐ“体験のプラットフォーム”として、新たな象徴となることを目指します。

コンセプト案

▼コンセプト

「挑戦する海岸線」

▼概要

この挑戦は、単に観光地の再建ではなく、立場の違う人々がこの街に集い、挑戦を共有する、唯一のチャレンジャー特区。

コンセプト案

「心の寄港地」

—海と人とが、やさしくつながりなおすまち—

▼概要

「観光地」ではなく「心の帰る場所」へ。

朝の光・波の音・漁師町の暮らしの音・海の匂い・手仕事・食事、そうした伝統的な ”日常” のなかで、暮らすように滞在することで、“人と海との関わり”を思い出す。

光やアートも新たに町に取り入れながら、この土地に寄って、心と体をととのえ、新しい明日へ向かうための、心の休憩、給油スポットのような場所を目指す。

雑賀崎・田野地区
ロードマップ計画について

第1フェーズのアクションを進める指針

(案) 光に沿って歩き、漁師町で腹いっぱい食べて、泊まる

初期に考えるアクション

「光とアートのイベント」「旨みカンファレンス」などの早期実施で認知と集客を獲得

スケールできるコンテンツの検討（船上販売など）

地域内外の機運醸成、認知拡大に向けた取り組み（カンファレンスや実証実験等）

事業者がチャレンジしやすい環境の整備

地域住民の巻き込み（自分ごと化）を促進

地域のハブ施設、若者が集まれる溜まり場づくり

具体的な施策の例

▼ソフト

漁業＋観光＋食の共創モデルの確立

実証実験やイベント、ファムツアー等の実施

地域へのコーディネーター役の配置

地域ワークショップの継続開催

行政によるサポート体制の構築

▼ハード

雑賀崎漁港を“体験と食”を取り入れて再整備

主要地域を繋げる道の整備と魅力化

観光案内所＋カフェ＋サウナ＋創造拠点の複合化

大規模な「溜まり場」＝ハブ施設を整備

第1フェーズ

▼概念

地域の魅力をコンテンツ化し、認知を拡大
地域資源を活用できるキーパーソンを呼び込む

▼方針

カンファレンスやシンポジウムを開催し、ビジョンコンセプトの認知と浸透（呼ぶきっかけ）

第2フェーズで検討する施策の実証実験等を実施

第2フェーズ

▼概念

未利用・低利用資源、遊休不動産の活用
コンテンツ力の拡大・イノベーションの推進

地域内外への経済波及性をつくる

▼方針

第1フェーズで実証した事業の落とし込み

第3フェーズ

▼将来ビジョン

・地域の営みを未来へ継承

・地域の持続と発展

・住民がこれまで以上に誇れる地域に

・和歌山市への来訪の目的地化

・熱いキーパーソン、民間事業者に選ばれる地域に

可能なものから民間投資の誘致を促進 → 地域の核となる誘客施設の運営へ
民間事業誘致に必要な環境整備（規制等への対応（都市計画・風致地区等））

2026

2028

2034

重点エリア

議論及び視察で出た、
具体的に活用できそうな場所

レモンの丘公園

番所庭園

高津子山展望台

漁師の夫婦が営む人気店「うらら」



海鮮BBQテラス 青天の洞窟



雑賀崎の街並み



雑賀崎漁港の船上販売



番所庭園～和歌浦観光遊歩道



- ・浪早崎
- ・浪早ビーチ



高津子山



えび養殖事業

漁港内の駐車場



